

Gifreu-Castells, Arnau y Moreno, Valentina
Estrategias y modelos de financiación del documental...

ISSN: 2172-9077

ESTRATEGIAS Y MODELOS DE FINANCIACIÓN DEL DOCUMENTAL INTERACTIVO Y TRANSMEDIA

Strategies and funding models of the interactive and transmedia documentary

Arnau Gifreu-Castells – arnau.gifreu@uvic.cat  <http://orcid.org/0000-0001-7856-1391>
Investigador GRE KONEKTO/Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña

Valentina Moreno – valenti.moreno@gmail.com  <http://orcid.org/0000-0001-8160-4559>
Doctoranda Universidad Complutense de Madrid

BIBLID [(2172-9077)9,2014,41-63]

Fecha de recepción del artículo: 27/10/2014

Fecha de aceptación definitiva: 06/11/2014

RESUMEN: La revolución digital ha facilitado la expansión de nuevos formatos audiovisuales que se reinventan brindando nuevas posibilidades al público. El documental interactivo es uno de los géneros en gestación en continuo crecimiento que se ha beneficiado de estas nuevas lógicas, modelos y dinámicas. La novedad radica en la posibilidad por parte del espectador de interactuar con la historia. El objetivo de este artículo es dar a conocer el género documental interactivo y analizar sus principales métodos de financiación. Para ello estudiaremos las características de este formato, abordaremos los modelos de financiación del documental tradicional, interactivo y transmedia, y profundizaremos en la manera de financiar algunos documentales como *Alma, hija de la violencia* (2012), *0 responsables* (2013) y *Las Sinsombrero* (2014). En este trabajo analizaremos la evolución del género documental con el objetivo de describir tres etapas o periodos: la audiovisual, la interactiva y la transmedia. Cada una de estas fases contempla el uso de un conjunto de estrategias y modelos de financiación comunes y necesarios para la viabilidad económica de los proyectos. En cada modelo propuesto reflexionaremos sobre los principales mecanismos de financiación que requiere y analizaremos tanto los formatos tradicionales como los nuevos formatos de financiación que componen el modelo de negocio documental en su conjunto.

Palabras clave: Documental Audiovisual, Documental Interactivo, Documental Transmedia, Modelos y estrategias de financiación, Modelo de negocio.

ABSTRACT: The digital revolution has facilitated the expansion of new audiovisual formats, bringing with them new possibilities for the public. The interactive documentary, a genre in gestation that is continually growing, has benefited from these new logics, models and dynamics. The novelty lies in the possibility of the spectator interacting with the story. The objective of this article is to present the interactive documentary genre and analyse its main funding methods. We will study the characteristics of the genre and examine the new funding formats of traditional, interactive and transmedia documentaries. We will look in more detail at the funding methods of certain documentaries, such as *Alma, hija de la violencia* (2012), *0 responsables* (2013) and *Las Sinsombrero* (2014). In this work we analyse the evolution of the documentary genre with the objective of describing three stages or periods: the audiovisual, interactive and transmedia. Each of these phases uses a certain set of strategies and funding models necessary for the economic viability of the projects. For each model we reflect on the main funding mechanisms required and analyse the traditional and new formats for funding that make up the documentary business model as a whole.

Key words: Audiovisual Documentary, Interactive Documentary, Transmedia Documentary, Funding Models and Strategies, Business Model.

1. Introducción

En los últimos años hemos presenciado la transformación de los patrones de consumo de contenidos informativos y culturales. Los nuevos medios de comunicación facilitan al usuario el acceso a un tipo de conectividad global y otorgan la capacidad de valorar y jerarquizar de qué manera, en qué momento y qué tipo de información consumir y compartir. Este cambio en las dinámicas de consumo ha provocado una transformación de la sociedad, que se vuelve más crítica y activa en la interpretación de los eventos y en cómo estos afectan a su realidad.

Los nuevos patrones de consumo también han transformado los modelos de negocio tradicionales. Esto se aprecia, por ejemplo, durante la primera década del siglo XXI con la industria discográfica, y, en la actualidad, con la industria editorial y periodística, que han tenido que reformular sus modelos de negocio tradicionales para asegurar la viabilidad de los proyectos.

Según un estudio efectuado por Mediascope Europe Studio (2012), la penetración de internet y las tecnologías móviles son un fenómeno imparable. El estudio llevado a cabo por la European Interactive Advertising Association especifica que el 68 % de los españoles usan internet (27,1 millones de personas) y pasan un promedio de 14 horas por semana en línea, lo que lo convierte en el tercer medio con mayor penetración en el país, después de la televisión y la radio (IAB Europe, 2012, p. 5). Los dispositivos móviles también se perfilan como un nicho de mercado significativo: 2,2 millones de españoles se conectan a internet a través de las tabletas y 8,5 millones lo hacen a través del móvil, estos últimos durante unas 10,1 horas a la semana (IAB Europe, 2012, p. 13).

Si bien la televisión ha mantenido su liderazgo pese al crecimiento de internet, el estudio antes citado evidencia un aumento en el porcentaje de usuarios conectados a la red durante las horas de máxima audiencia televisiva que ya alcanza el 53 % (IAB Europe, 2012, p. 6). Además, el consumo de series y películas a través de la red ha promovido la aparición de repositorios, como la oferta de televisión "A la carta" que ofrece Televisión Española, la propuesta de Apple TV e incluso portales como "teledirecto.es" o "mitele.es" que replican la oferta de canales españoles en abierto. La aparición de las televisiones inteligentes ha consolidado esta tendencia.

Por otro lado, el consumo de internet en una segunda pantalla ha crecido un 77 %: desde el 2010, un 39 % de los españoles están conectados mientras consumen televisión (IAB Europe, 2012, p. 9), lo que abre una excelente oportunidad para los productos transmedia y los servicios de segunda pantalla. Ante el cambio del modelo de consumo, algunas empresas innovadoras han creado nuevos modelos de negocio para proveer legalmente de series y películas a los internautas en la comodidad de su hogar. Entre las iniciativas más exitosas para series y películas encontramos los servicios de pago Netflix y Filmin, las gratuitas Hulu y Crackle y también las tiendas de aplicaciones para móviles como Google Play o iTunes Store.

Enmarcado dentro de esta nueva lógica de consumo, el usuario pasa de ser un simple espectador a ser un productor de contenidos: internet se nutre de millones de datos compartidos por personas de todo el mundo que crean contenidos sobre la base del trabajo colaborativo e intelectual en pro de un fin común. Las plataformas como YouTube o Dailymotion, en las que los usuarios suben sus propios contenidos, se expanden vertiginosamente. Según el estudio de comScore “2013 Spain Digital Future in Focus”, para finales del año 2012 el vídeo *on-line* en nuestro país alcanzó los 9,3 millones de espectadores únicos, experimentando un aumento del 164 % con respecto al año anterior (comScore, 2013).

Todo ello ha sido utilizado de manera efectiva por las nuevas formas de activismo, que se han apropiado de las nuevas posibilidades de autoría colectiva como la financiación colectiva, el micro-mecenazgo o la cultura del remix. Esto se aprecia si valoramos el peso de las redes sociales y los contenidos compartidos por los usuarios en los movimientos de la Primavera Árabe, el 15M en España, el Occupy Wall Street en Estados Unidos, la Revolución de los Paraguas en Hong Kong o la Primavera Turca.

2. Evolución de la forma documental

De entrada hay que considerar que los diferentes estadios o modelos del género que presentamos aquí se pueden enmarcar dentro de un campo más amplio denominado “no ficción”. Este término se empezó a usar en literatura y pronto se utilizó en el ámbito cinematográfico para designar las películas que la industria y los espectadores consideraban que no pertenecían al cine de ficción

o argumental. La no ficción mantiene unas relaciones estrechas con la ficción, aunque tradicionalmente se ha definido como género opuesto a este. La no ficción audiovisual se compone de varios formatos y subgéneros que se complementan, tales como las películas de arte y ensayo, el reportaje, el documental, el vídeo institucional, el vídeo industrial o publicitario, la crónica, las películas de naturaleza, de viajes, turísticas, científicas, etc.

En la actualidad nos encontramos inmersos en un período de transición de las formas tradicionales del documental hacia las nuevas formas de expresión, de circulación y de intervención propias del medio digital. A grandes rasgos, y atendiendo a su producción, se pueden considerar tres fases o etapas principales en la evolución del género documental hasta el momento actual (Gifreu, 2013, pp. 542-543). La primera fase o modelo de producción documental comprende desde el nacimiento del cine hasta el momento actual. Esta primera fase se caracteriza por un tipo de producción audiovisual con estructura lineal y bloques claramente delimitados, aunque este primer estadio también ha experimentado momentos de innovación de la propia forma (las vanguardias del siglo XX, el documental subjetivo y en primera persona de finales del siglo pasado, etc.).

La aparición y emergencia del medio interactivo favoreció la segunda fase o modelo —la del documental interactivo para diferentes soportes o plataformas—, que empezó a coexistir con la primera hacia la última década del siglo XX y los primeros años del siglo XXI. El documental interactivo, caracterizado por permitir la participación del usuario en la narración, ha evolucionado hacia un tipo de documental generativo, expandido y transmedia, modelo que se empieza a gestar y que coexistirá con las dos fases o modelos anteriores. Será en este tercer estadio y los posteriores cuando se empezará a explotar al máximo la verdadera potencialidad del género.

2.1 Primer modelo. El documental lineal

El hecho de que los hermanos Lumière presentaran el cine al mundo el 28 de diciembre de 1895 posibilitó la realización de un conjunto de piezas de corta duración que fueron inicialmente llamadas “actualidades”. El cine de los orígenes era documental, pues no poseía ningún dispositivo ficcionado, aunque la técnica documental conlleve de por sí un conjunto de decisiones más

próximas a la preparación del discurso que a su improvisación. Unas décadas más tarde, John Grierson utilizó el término en sí para calificar la película *Moana* de Robert J. Flaherty (1926) al describirla como "prueba documental", y al género en sí como "el tratamiento creativo de la realidad" (Grierson, 1988).

Ya más tarde, los autores Nichols (1991 y 2001), Barnouw (1996), Barsam (1992), Renov (1993) y Plantinga (1997) elaboraron diversas clasificaciones del género documental, variadas propuestas metodológicas que marcan un punto de partida para aproximarnos a su estudio. Como apuntábamos anteriormente, desde finales del siglo pasado y primeros años del presente se observa un nuevo y fuerte movimiento conceptual en el cine de no ficción, que ha sustituido o reelaborado muchas prácticas y conceptos anteriores: el modelo semiológico o psicoanalítico (Guynn, 1990), el deconstruccionismo y el posmodernismo (Renov, 1993 y 2004), el feminismo y postcolonialismo (Minh-ha, 1990 y 1993) o el realismo crítico y cognitivismo (Carroll, 1996 y Plantinga, 1997). Según Josep Maria Català (2011, p. 47), el cine documental pertenece a la era de la verdad, mientras que a la era actual —una era mucho más compleja que el autor denomina “la era de la post-verdad”— le correspondería una forma mucho más compleja que el autor define como “cine de lo real”. Este cine de lo real se enmarcaría en un terreno que podríamos denominar como “no ficción” o “realidad” audiovisual. Ante la aparición de nuevas formas de expresión visual que reclaman la pertenencia dentro del ámbito del documental a pesar de no ser medios fotográficos o no tener un nexo claro con la fotografía, se impone una reconsideración de las relaciones existentes entre el fenómeno fotográfico y el tratamiento documental. Para llevar a cabo este análisis, el autor analiza la función documentalista en la llamada era de la post-verdad, a partir de los conceptos de pre-fotografía y post-fotografía y, al mismo tiempo, se propone una nueva ontología fotográfica basada en sus relaciones trascendentales con la visión (Català, 2011, p. 43).

2.2 Segundo modelo. El documental interactivo y expandido

En los años 80 el Media Lab del Massachusetts Institute of Technology (MIT) comenzó a experimentar con las narrativas multimedia aplicadas al cine. Una de las pioneras fue Glorianna Davenport (1995, p. 1), que en 1995 denominó a esta forma *evolving documentary* (documental evolutivo). En sus primeros

artículos de investigación Davenport pone el énfasis en las relaciones de tiempo ligadas a segmentos de películas, gráficos y texto, y el conjunto de herramientas de usuario que permiten a los espectadores editar material de archivo de vídeo, crear modelos gráficos y vincular sus anotaciones a la base de datos. Aunque su investigación se centró inicialmente en las relaciones entre la película y el multimedia, posteriormente se acercó más a la narrativa de no ficción interactiva cuando lideraba el Interactive Cinema Group del MIT (1987-2004). Con proyectos pioneros como el Aspen movie Map (MIT Media Lab, 1980) o Moss Landing (Apple Multimedia Lab, 1989) se iniciaba el segundo modelo: la interacción empezaba a aparecer tímidamente en el discurso documental.

Algunos autores empezaron entonces a crear teorías que se empezaron a relacionar con la práctica documental enmarcada en un contexto digital interactivo (Crawford, 2002; Davenport y Murtaugh, 1995; Garrand, 1997; Monfort y Wardrip-Fruin, 2003). El documental interactivo es un género en gestación que se compone de varios soportes y plataformas para su producción, distribución y exhibición, como la web (documental web), los soportes físicos (instalación, gafas de realidad virtual), los medios visuales (cine y televisión), los soportes fuera de línea (videodisco, CD-ROM y DVD-ROM) o la producción multiplataforma (documental transmedia), entre otros. Autores como Sandra Gaudenzi (2009, 2012 y 2014), Denis Reno (2007, 2008 y 2011), Mandy Rose (2010 y 2012) o Kate Nash (2012, 2014) han dedicado parte de su investigación a analizar este formato. Estas aportaciones científicas son muy valiosas y fundan una línea de investigación inexistente e imprescindible que se ha visto complementada con estudios efectuados por instituciones de varios países, como el canadiense *Documentary and New Digital Platforms: an Ecosystem in transition* (2011).

Otra línea que ha permitido la digitalización y convergencia de medios propia del siglo XXI —y que incluiría la del documental interactivo— es la del denominado documental expandido. Català (2011) destaca que estamos experimentando la transformación más importante de la estructura cultural de los últimos 3000 años, caracterizada por una disolución de las pantallas, hecho que conllevará que el documental clásico siga existiendo pero que a la vez sus posibilidades de expresión se expandan hacia nuevos espacios de exploración.

Las variantes se relacionan entre sí, lo que hace que el imaginario del documental se expanda hacia la diversificación transmedia y la experimentación con nuevos lenguajes y retóricas.

Jacobo Sucari (2009, p. 248) opina que la hibridación del documental tradicional con las prácticas artísticas que juegan con el espacio puede abrir nuevas perspectivas en relación con las formas de representación propias de las narrativas lineales convencionales. El documental expandido sería una forma que abarca diferentes modalidades y que une prácticas diversas propias de diferentes disciplinas, tales como la arquitectura (la luz y el espacio), la narratividad, la interactividad, la hipertextualidad y la instalación. En este nuevo contexto, el recorrido espacial del espectador por la sala, la multiplicidad narrativa o el acceso aleatorio a la información adquieren una especial relevancia a la hora de concebir y desarrollar estos procesos de representación documental.

En definitiva, en los últimos años el documental interactivo ha experimentado un notable crecimiento debido a varios factores favorables. Partiendo de los experimentos iniciales que usaban tecnologías ópticas (Laserdisc, CD-DVD Rom) en los años 90 en Francia y Estados Unidos, durante los últimos años hay que destacar la aportación de la cadena televisiva francesa ARTE, con coproducciones notables tales como *Gaza/Sderot* (2008), *Prison Valley* (2010) y *Alma, hija de la violencia* (2012), y las del National Film Board de Canadá, con producciones como *Highrise* (2009-2014), *Welcome to Pine Point* (2010) o *Bear 71* (2012), o la colaboración entre ambas instituciones (Fort McMoney, 2013).

2.3 Tercer modelo. El documental transmedia

En 2003 el investigador y profesor del MIT Henry Jenkins usó por primera vez el término “narrativa transmedia” en un artículo titulado “Transmedia Storytelling”, y cinco años más tarde lanzó una posible definición al afirmar que la estrategia transmedia radica en la “integración de múltiples textos para crear una narración de tales dimensiones que no se puede confinar a un único medio” (Jenkins, 2008, p. 101). Carlos Scolari (2013) añade que las historias transmedia son el último estadio en la evolución de las formas narrativas y las define como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de

múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013, p. 46). Aunque el hecho de explicar una misma historia de distintas maneras siempre ha acompañado al ser humano, la narrativa transmedia indica una evolución natural en la forma de narrar las historias. De momento aún existe poca literatura sobre el documental transmedia, pero algunos autores ya empiezan a abrir una línea de investigación en ese sentido (Delaney, 2011; Gifreu, 2013; Scolari, 2013; Reno, 2014). Delaney (2011) propone algunas características para entender este nuevo estadio del documental, como utilizar la web para expandir la narración y enriquecer el proyecto, extender el relato utilizando material fílmico adicional, la interactividad a través del compromiso de la audiencia, potenciar las aplicaciones y dispositivos móviles o incluir el poder de la música a partir del uso de la banda sonora. Proyectos como *Herod's Lost Tomb* (2008), *Highrise* (2009-2014) o *Cyborg Project* (2013) sitúan el documental como elemento a considerar en la estrategia transmedia de producción.

3. Modelos de financiación del documental audiovisual

El mercado audiovisual internacional, y en especial el español, está afrontando una dura crisis desde finales de la primera década del siglo XXI. A nivel internacional, la disminución de ayudas de los Estados a las políticas de producción audiovisuales, el peso de la crisis económica y los nuevos modelos de consumo han obligado a los inversores a crear nuevas formas de financiar sus proyectos audiovisuales.

Una de las formas alternativas de financiación de productos audiovisuales en España es justamente el sistema de micromecenazgo (crowdfunding), un modelo en pleno crecimiento en el que el consumidor final es el que financia con pequeñas cantidades de dinero un proyecto, en ocasiones a cambio de pequeños servicios o productos especiales cuando el proyecto esté terminado. Esta fórmula no es exclusiva del ámbito creativo y ya lleva más de siete años operativa en España. La primera web de micromecenazgo en España surgió en el año 2007 y fue “Partizipa”, un espacio abierto a todo tipo de iniciativas en el que los inversores pueden apoyar ideas o proyectos de negocio. Le siguió en el año 2009 “Verkami” y en el 2010 “Lánzanos”, plataformas dirigidas a proyectos

audiovisuales, científicos y literarios que también se basan en la votación del público para preseleccionar contenidos.

Otra iniciativa de micromecenazgo fundada en 2011 es “Goteo”, una plataforma gestionada por la Fundación Fuentes Abiertas que abarca proyectos sociales, culturales, científicos, educativos, tecnológicos o ecológicos que se basa en los principios del software libre. Es también en el año 2011 cuando se posiciona “Kifund”, la primera plataforma dedicada específicamente al micromecenazgo de productos audiovisuales (Martínez *et al.*, 2013, p. 90).

El sistema de “producción colectiva” (crowdsourcing) es otra de las tendencias que promueve la participación del espectador en el relato. Se trata de un modelo colaborativo en el que los internautas pueden participar en la producción de un proyecto a través de una convocatoria abierta. Una de las características de este formato es que los proyectos deben seguir el decálogo de requisitos de la Open Source Initiative: transparencia, se deben comunicar los avances o retrasos a los participantes; participación, los usuarios pueden participar aportando ideas, interviniendo en el proceso de trabajo o financiándolo; colaboración, se deben escuchar y respetar todas las propuestas; y libertad, el producto final debe distribuirse en la red y el material utilizado debe estar a disposición de los usuarios con total libertad (Martínez *et al.*, 2013, p. 88).

Los principios del programario libre se aplican también en las “hackatones”, encuentros de profesionales de diversas áreas y desarrolladores web en los que se diseñan prototipos o proyectos terminados de software, productos interactivos o aplicaciones en un plazo acotado entre un día y una semana. Aunque este tipo de eventos no pueden ser considerados como un modelo de financiación en sí mismo, la realidad es que se están popularizando cada vez más ya que resultan excelentes nodos de aprendizaje. Además, al basarse en las claves de software libre, permiten reutilizar y mejorar propuestas colectivas que ya tienen un recorrido previo.

Otro modelo en auge es el documental colaborativo, un tipo de documental realizado a partir de las aportaciones de personas que no aportan dinero sino tiempo, medios o experiencia. En España algunos de los ejemplos más significativos de este modelo del documental tradicional son *Dormíamos, despertamos* (Alfonso Domingo, Daniel Quiñones, Twiggy Hirota, Andrés

Linares, 2012), una película colectiva sobre la movilización del 15M realizada por cuatro directores y más de veinte personas y organizaciones como responsables técnicos (cámara, edición, sonido), y *Cien miradas* (Lapierna audiovisual, 2014), un documental colectivo elaborado por ciudadanos en el que los participantes recibieron asesoramiento técnico para grabar su propia visión sobre Segovia (González, 2013, p. 393).

4. Modelo de financiación del documental interactivo

En este segundo estadio documental se añaden otras fórmulas a las citadas en el primer modelo (radiodifusores, empresas productoras, otras instituciones y organismos, sistema de micromecenazgo y modelos colaborativos). Las posibilidades del género en relación a los posibles modelos de financiación y consumo aún son desconocidas, especialmente por el hecho de que el género documental tradicional se sitúa en el tercer lugar de las preferencias de consumo de los europeos, tanto en formato televisivo como tradicional, con un 32 % del mercado (IAB Europe, 2012). Si en el formato tradicional veíamos cómo actores con intereses tan variados se habían sumado generando iniciativas mixtas de financiación (universidades, ONG, laboratorios de investigación, prensa escrita, etc.), en este estadio observamos cómo a la estructura de base se le deben sumar algunos actores surgidos a partir de la aparición y evolución de los denominados “nuevos medios” de comunicación (agencias digitales, productoras y estudios multimedia, redacciones multimedia de medios de comunicación, empresas TIC y de servicios de internet, marcas tecnológicas, etc.).

Los principales canales de financiación de este género han sido algunos radiodifusores como ARTE, el National Film Board de Canadá, France5 o VPRO. En países como Francia y Canadá, otra fuente importante son los fondos gubernamentales destinados a la producción de cine como el del Centro Nacional de la Cinematografía (Lietaert, 2011, p. 84). También hay que mencionar las productoras y estudios multimedia como Honkytonk y Upian en Francia o Helios Design Labs en Canadá.

Poco a poco el documental interactivo se va abriendo camino. Así, en otros países también van surgiendo productoras, como Submarine Channel en los Países Bajos y Barret Films en España; también la prensa escrita como *Le Monde* y *The New York Times* se empieza a interesar por el medio, se organizan festivales y conferencias sobre el tema, como el IDFA Doclab, la i-Docs conference, el interDocsBarcelona y el Webdox, se crean laboratorios de investigación aplicada, como el MIT Open Documentary Lab y el i-Docs Lab, plataformas como interDOC, mercados como el Cross Video Days, el Sunny Side of the Doc y el Sheffield DocFest, surgen fondos privados para su desarrollo, como el Tribeca Film Institute o el Sundance Institute, bases de datos de proyectos, como la MIT Docubase, Docshift Summit o interDOC_indice, y los museos y las marcas como Apple empiezan a interesarse por esta forma. Todo ello contribuye, a su manera, a incentivar el desarrollo económico de este terreno. Pero esta visión del momento que vive este formato es solo parcial y las posibilidades de expansión en términos de modelo de negocio deben ampliarse de modo proporcional al aumento de obras y proyectos producidos.

Alma, hija de la violencia es un proyecto paradigmático que muestra una posible estrategia de financiación en un país como Francia. Se trata de un documental interactivo y transmedia del fotógrafo Miquel Dewever-Plana y la periodista Isabelle Fougère producido por el Arte, Upian y la agencia Vu. El proyecto ha recibido numerosos premios, como el World Press Photo al mejor documental interactivo, el premio IDFA Doclab Digital Storytelling a la mejor obra interactiva, el premio Visa d'or de RFI y France 24 al mejor documental web y el Premio a la Innovación de Sheffield DocFest.

El proyecto narra la historia de una chica que perteneció a una de las bandas de maras de Guatemala durante cinco años. La protagonista muestra por sí misma la tragedia que significa crecer en las zonas humildes de Centroamérica, la vulnerabilidad ante la violencia y los esfuerzos por erradicarla. El proyecto consiguió un presupuesto total de 450 000 euros, 215 000 aportados por Arte, 100 000 por el Centro Nacional de Cine francés (CNC) y el resto del Fondo Multimedia del Festival Tribeca (TFI New Media Fund) y de la asociación británica World View.

Figura 1. Interfaz inicial del documental interactivo Alma, hija de la violencia



Otra de las vías de financiación que se mantiene en este segundo estadio del documental es la aportación económica por parte de fundaciones, entidades de caridad u organizaciones del tercer sector, así como agencias o incluso marcas que respetan la independencia editorial de los documentalistas (Radshaw citado por Lietaert, 2011, p. 83). Uno de los casos financiado por fundaciones y la academia es *Giving Time* (2013), un documental interactivo dirigido y producido por la investigadora Julia Scott-Stevenson como aplicación práctica de su tesis doctoral y que contó con el patrocinio tanto de su universidad, la Macquarie University, como de la Australian Red Cross, organismo al que pertenecen los sujetos de este documental. En esta línea también debemos mencionar el proyecto *Dirty Money* (2013), un documental interactivo dirigido por Glyn Thomas y financiado por el World Development Movement que denuncia la financiación que reciben de bancos del Reino Unido algunas minas de carbón en pésimas condiciones en Indonesia.

Otro modelo posible de financiación consiste en presentar los proyectos en fase de desarrollo a convocatorias de festivales y mercados de proyectos. Un ejemplo de esta tendencia es *Dadaab Stories* (2013), un proyecto realizado por Film Aid y financiado por el TFI New Media Fund y la Ford Foundation, que muestra la vida en el refugio de Dadaab, el campo de refugiados más grande del mundo situado en Kenia.

5. Modelo de financiación del documental transmedia

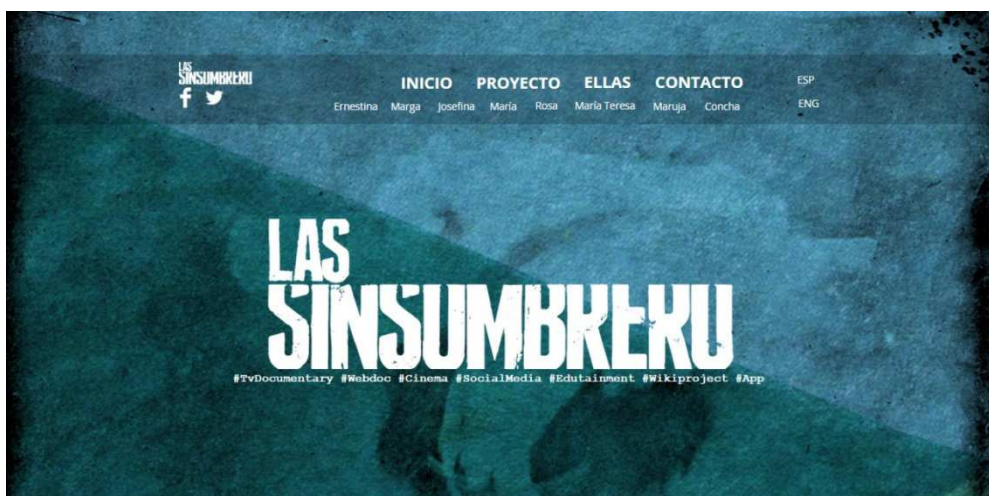
Las Sinsombrero es un proyecto transmedia cuyo objetivo es dar a conocer a las mujeres olvidadas de la Generación del 27 en España. Este proyecto de

financiación mixta que apostó por la diversificación de contenidos: lo componen un documental televisivo, un webdoc, una versión para cine, una aplicación, un wikiproyecto, material de edutainment, una exhibición y una estrategia de difusión en medios sociales.

El proyecto, coproducido por IntropíaMedia y Yolaperdono, y con la participación de Televisión Española, se ha convertido en una de las primeras producciones independientes de este formato que cuenta con la financiación del radiodifusor nacional. Cuenta también con el apoyo de Acción Cultural Española y diversos entes estatales y fundaciones, y trabajan en colaboración con diversos organismos, como el Ministerio de Educación español o la Universidad de Málaga.

Tània Balló, productora ejecutiva de IntropíaMedia, afirma (entrevista personal, 2014) que la ventaja del transmedia es que se amplían campos y eso permite diferentes maniobras en el plan de financiación porque se generan diferentes productos a la hora de vender que pueden o no ir en conjunto en el plan de financiación. En este modelo diversificado, cada producto puede dirigirse a un público y a un tipo de inversor específico, cosa que encarece el producto y extiende su periodo de desarrollo. Balló puntualiza que las dificultades son a nivel también de socios privados dado que el producto interesa porque al ser transmedia las grandes marcas lo perciben como una oportunidad.

Figura 2. Página web actual con información del proyecto *Las Sinsombrero*. El lanzamiento está previsto para inicios de 2015



Otro proyecto digno de análisis es *Cero Responsables* (2013), una serie web documental de difusión mensual que denuncia las causas del accidente del metro de Valencia del 3 de julio del 2006, un siniestro que ocasionó 47 heridos y 43 muertos y en el que no se han atribuido responsabilidades. El proceso de investigación del caso estuvo plagado de irregularidades, el metro circulaba a 80 km/h, el doble de la velocidad permitida, el caso fue resuelto en tan solo cuatro días y miembros del gobierno autonómico llegaron a ofrecer trabajo a familiares de las víctimas a cambio de que estas cambiaran su declaración.

El proyecto lo está desarrollando la productora valenciana Barret Films en conjunto con la asociación de víctimas del accidente, y es un interesante ejemplo de documental colaborativo y estrategia de producción colectiva, pues la comunidad puede subir e investigar documentos, creando una comisión de investigación ciudadana que contrasta las irregularidades del proceso. Del mismo modo propone una movilización en una plaza virtual que se realiza en sincronía con la manifestación física de la asociación en la Plaza de la Virgen de Valencia.

El proyecto logró captar la atención del programa Salvados, lo que posibilitó una abrumadora respuesta ciudadana y posteriormente la reapertura de la investigación. La propuesta fue financiada con 14 000 euros por la Fundació Valencianista i Demòcrata Josep Lluís Blasco y contó con más de 42 000 visitas entre los meses de febrero y mayo (entrevista personal con Àlex Badia, 2013). Además, durante la emisión del programa Salvados, se logró posicionar el hashtag #olvidados en Twitter como “trending topic” mundial.

Figura 3. Interfaz inicial del documental interactivo *0 responsables*



6. Análisis y resultados

A continuación vamos a analizar los tres modelos propuestos (audiovisual, multimedia y transmedia) con el objetivo de comparar qué tipo de actores predominan en cada uno de ellos en relación a la financiación de obras. En el modelo tradicional de producción de un documental, generalmente la idea parte de un ente radiodifusor o de una productora y entonces se buscan alianzas. Normalmente, las televisiones más activas en este formato (BBC, ARTE, NFB, RTVE, CANAL+, TVC, etc.) poseen recursos y fondos suficientes para producir el documental de manera autónoma, pero puede no ser así en el caso de los entes de radiodifusión regionales y comarcales. Cuando se trata de una productora, esta necesita encontrar aliados (radiodifusores u otras productoras) con el fin de coproducir un proyecto con ciertas garantías, obtener alianzas de fondos específicos para la producción (ICEC, ICAA, ICUB), realizar pre-ventas de la película, o encontrar fórmulas como descargas en plataformas de cine *on-line*, ventas de DVD o patrocinio.

En el segundo y tercer modelos analizados, también los radiodifusores conforman una parte importante del presupuesto (puede ser un tercio), pero el número de televisiones interesadas en este formato en estos momentos se reduce significativamente. Acostumbran a ser televisiones de países con mucho interés por temáticas culturales, el documental como forma de narración y el desarrollo de la tecnología. Ejemplos activos en la actualidad son el NFB, Arte y RTVE. Por norma general, una televisión (pública o privada) acostumbra a aliarse con una productora o estudio multimedia. A esta base se le suman fondos destinados al desarrollo por parte del gobierno o instituciones privadas y a veces se busca también la complicidad de un desarrollador tecnológico. Esta estructura, con mayor o menor variación de los componentes y de su grado de implicación en cada proyecto, se está consolidando en países líderes en la producción de este género como Canadá o Francia, así como en España.

En el caso canadiense, el gobierno destina un presupuesto básico a las instituciones que producen obras audiovisuales interactivas, como el National Film Board (crea concursos para producir obras), y en segundo término, como soporte tecnológico, se establecen convenios con desarrolladores tecnológicos como Mozilla (optimizan el código e innovan) o productoras y estudios multimedia como Helios Design Labs (diseñan la interfaz y el diseño gráfico).

Las tareas, sin embargo, pueden variar en función de cada contrato de producción, desarrollo e implementación, sea por obra o no. En el caso del modelo transmedia del proyecto *Highrise*, la estructura que le permite producir grandes producciones al NFB se conforma de la siguiente manera: Gobierno (fondos de ayuda) + NFB + Helios Design Labs + Mozilla Foundation (solo en algunos proyectos).

En el caso francés, el gobierno también apuesta por este formato y las cadenas de radiodifusión también entran en el juego (Arte, La Cinquième o France 5). Estudios multimedia como Upian, Hecube o Honkytonk proveen la interfaz y el sistema de navegación y finalmente desarrolladores tecnológicos como el caso de 3WDOC o Klynt (Honkytonk) cierran el círculo virtuoso (optimizan el código e innovan). En el caso de la prolífica asociación entre Arte y Upian, vemos cómo se cumple también esta estructura que hemos detectado y caracterizado anteriormente: Gobierno (CNC) + Arte + Upian + Klynt/3WDOC. En ambos casos, el canadiense y el francés, el periodismo también entra en esta estructura a partir de las redacciones y ediciones digitales de los diarios.

Tabla 1: Actores involucrados en la financiación de documentales interactivos

ACTOR	EJEMPLO/S	CANTIDAD MEDIA INVERTIDA
TV	ARTE NFB RTVE PBS (POV's Call for Nonfiction Digital Projects)	ARTE = 50.000 euros (28% presupuesto total) NFB = 10.0000 -100.000\$ RTVE = 60.000 euros (con lineal incluido) POV = Entre 15.000 y 50.000\$ para coproducciones y entre 2.500 y 10.000\$ (sólo realizadas en Estados Unidos)
Productoras	Vision Maker Media (Public Media Fund) ITVS (LINCS) Upian Helios Design Labs	Entre \$5.000 y \$20.000 Hasta \$100.000 en coproducción Entre 10.000 y 100.000 euros Entre 10.000 y 100.000\$
Diarios	The New York Times The Guardian	Entre \$10.000 y \$100.000 Entre \$10.000 y \$100.000
Gobiernos	Gobierno norteamericano National Endowment for the Arts (Funding Opportunities in Media Arts) CNC (Centro Nacional de la Cinematografía)	Entre \$10.000 y 100.000 Entre \$10.000 y 100.000
Desarrolladores	Mozilla Foundation	Ayuda en desarrollo según proyecto
ONG	Cal Humanities (California Documentary Project Grant)	\$20.000\$ para proyectos
Academia	BAVC (MediaMaker Fellowship)	10 meses de tutorías y 1000\$ al finalizar el programa.
Laboratorios	TFI Sandbox Sundance New Frontier	Formación-tutorización para equipos de proyectos
Festivales	Tribeca Film Institute (TFI New Media Fund) Sundance Institut	300.000\$ de media aprox. Distribuidos en diferentes proyectos 10000\$ por persona.
Fondos	The Fledgling Fund Creative Capital Independent Filmmaker Project (solo para ciudadanos de Minnesota)	11.9 millones \$ para nuevos medios creativos 90.000 \$ por proyecto 50.000 \$
Marcas comerciales	Apple, Heineken, etc.	En función del proyecto

Un hecho interesante que merece la pena mencionar es la alianza estratégica de los dos principales radiodifusores que producen obras interactivas y transmedia. Durante los últimos años, y cada vez de un modo más frecuente, Arte y el NFB se han unido varias veces con el objetivo de coproducir con otras productoras proyectos a gran escala, como es el caso de Fort McMoney (junto con Toxa, con un presupuesto de 900 000 dólares).

El caso español es especial, ya que RTVE posee dos fórmulas para producir documentales interactivos: los de producción propia, a través de su Laboratorio de Innovación Audiovisual fundado en 2012, y los de co-producción, a partir de la selección anual de tres proyectos de documental web. A cada proyecto

seleccionado se le asigna la cantidad de 60 000 euros (para producir la parte lineal y el documental web). Aunque la voluntad a largo plazo de Medios Interactivos de RTVE es producir obras interactivas de no ficción independientes como hace el Laboratorio, actualmente se exige la versión lineal del documental como parte de la estrategia para desarrollar el webdoc.

Tabla 2: Análisis comparado de actores involucrados en la financiación en los tres modelos de documental

ACTOR	DOCUMENTAL AUDIOVISUAL	DOCUMENTAL INTERACTIVO	DOCUMENTAL TRANSMEDIA
TV	RTVE, ARTE, NFB, TV3, TV5 MONDE, etc.	RTVE, ARTE, NFB, FRANCE5, Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), Canal +, etc.	RTVE, ARTE, NFB, etc.
Productoras	Vision Maker Media (Public Media Fund), ITVS (LINCS), etc.	Upian, Submarine Channel, Honkytonk, Hecuba Vision Maker Media (Public Media Fund) ITVS (LINCS), etc.	National Geographic, Vision Maker Media (Public Media Fund) ITVS (LINCS), etc.
Diarios/revistas	No salvo alguna excepción	The New York Times, The Guardian, Le Monde.fr, Time	No salvo alguna excepción
Gobierno	Programa IBERMEDIA, Unión Europea, Programa Media, ICAA, ICEC, gobierno canadiense, gobierno francés, gobierno español, gobierno estadounidense, National Endowment for the Arts (Funding Opportunities in Media Arts)	Programa Media de la Unión Europea, CNC - gobierno francés, gobierno canadiense (NFB), gobierno Holandés, National Endowment for the Arts (Funding Opportunities in Media Arts)	Programa Media de la Unión Europea, gobierno francés, gobierno canadiense, National Endowment for the Arts (Funding Opportunities in Media Arts), Crea Digital (Colombia)
Desarrolladores	No	Mozilla Foundation (Living Docs Project), 3WDOC, Klynt (Honkytonk), Zeega	Mozilla Foundation (Living Docs Project)
ONG	The Creative Skillset Film Skills Fund, Independent Filmmaker Project (New Media Project Grants)	Cal Humanities California Documentary Project Grant, Creative Capital Independent Filmmaker Project (New Media Project Grants)	Cal Humanities California Documentary Project Grant, Creative Capital Independent Filmmaker Project (New Media Project Grants)
Academia	Universidad Pompeu Fabra, Universidad Autónoma de Barcelona, etc.	Ryerson University, Universidad de Vic, Universidad Nacional de Rosario, Universidad Autónoma de Barcelona, Macquarie University, etc.	Universidad Nacional de Rosario, etc.
Laboratorios	POV	DOC Montevideo, Power to the Pixel (Pixel Lab), Living Docs	Living Docs, Power to the Pixel (Pixel Lab), POV's Hackathons

Festivales	HotDocs Canadian International Documentary Festival, Sundance Documentary Found Film, IDFA International Documentary Film Festival Amsterdam, etc.	Tribeca Film Institute (TFI New Media Fund), Sundance Institute New Frontier Lab, IDFA Doclab, Sheffield DocFest	Tribeca Film Institute (TFI New Media Fund), Sundance Institute New Frontier Lab
Fondos	TFI Documentary Found, BAVC (The Fledgling Fund (MediaMaker Fellowship), MacArthur Foundation (Documentary Film Grant), Ford Foundation, etc.	The Fledgling Fund, Ford Foundation, The Independent Television Service (ITVS), The Pulitzer Center BAVC (BAVC MediaMaker Fellowship), MacArthur Foundation (Documentary Film Grant)	BAVC (MediaMaker Fellowship) MacArthur Foundation, The Fledgling Fund, Ford Foundation, The Independent Television Service (ITVS), The Pulitzer Center

7. Conclusiones

Los proyectos interactivos y transmedia acostumbran a ser proyectos complejos que requieren de diversas habilidades. Financiar proyectos que requieran la sinergia entre diseñadores, programadores y cineastas puede resultar abrumador. A causa de esto, la diversificación de fuentes y presupuestos respondería a la estrategia de no buscar toda la financiación en una sola línea de negocio. También hay que afrontar el hecho de que la forma del proyecto puede cambiar dependiendo de dónde provenga el dinero y para qué elementos esté destinado.

Para que un modelo de negocio sea efectivo y se llegue a financiar un proyecto, se debe ser muy específico con lo que el inversor va a obtener, ofreciéndole una explicación detallada acerca de en qué se invertirá su dinero y en qué grado se implicará en el proyecto. Probablemente el modelo de financiación responderá a una fórmula mixta por lo que se debe desarrollar y tener preparada una estrategia diferente para atraer a cada actor mencionado en el análisis previo efectuado (radiodifusores, productores, grandes marcas, prensa escrita, instituciones privadas o benéficas, etc.).

Si bien en países pioneros en la producción de documentales interactivos y transmedia como Francia y Canadá se ha creado con el paso del tiempo una estructura sólida de actores no solo dedicados a la producción sino también a la financiación, en España algunas productoras como Barret Films o IntropíaMedia también están haciendo gala de ingenio para crear historias interactivas interesantes y que acerquen al espectador a la acción. El principal

escollo con que se encuentran en un contexto de recesión son precisamente los costes. Proyectos que cuentan con grandes presupuestos como *Highrise* del NFB —1 millón de dólares anual— colocan muy alto el listón para los productores de documentales tradicionales locales. A pesar de la delicada coyuntura económica global esta puede ser una excelente oportunidad para la innovación en el campo, dado que el entorno digital ha dado lugar a nuevas fórmulas para la creación de documentales interactivos y transmedia y cada día se cuentan más ejemplos de éxito entre las productoras que se dedican a producir este tipo de obras.

Referencias

Aparicio González, Daniel (2013): "Retos y oportunidades en el documental audiovisual: ubicuidad, colaboración y participación ciudadana". En *Historia y Comunicación Social*, noviembre de 2013, volumen 18, pp. 387-398. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/44250/41813> [Fecha de consulta: 11 de enero de 2014].

Badia, Àlex; Barret Films (2013): *0 responsables*. Disponible en: <http://www.0responsables.com/?l=es> [Fecha de consulta: 20 de septiembre de 2014].

Barnouw, Eric (1996): *El documental. Historia y estilo*. Barcelona: Gedisa.

Català, Josep Maria (2011): "Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental". En *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, número 2. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, pp. 43-62.

ComScore (2013): Spain Digital Future in Focus: El Mercado Digital Español.

Crawford, Chris (2002). *The Art of Interactive Design*. San Francisco: No Starch Press.

Davenport, Glorianna y Murtaugh, Michael (1995): "ConText: Towards the Evolving Documentary". En San Francisco: ACM Multimedia 95. Electronic Proceedings, pp. 5-9.

Delaney, Edward (2011, en línea): Exploring transmedia in documentaries. DocumentaryTech. Disponible en:

<http://web.mit.edu/uricchio/Public/television/documentary/Delaney%20transmedia%20documentary.docx> [Fecha de consulta: 11 de octubre de 2014].

Dewever-Plana, Miquel y Fougère, Isabel. Arte, Upian y Vu Agency (2012): *Alma, hija de la violencia*. Disponible en:

<http://www.rtve.es/noticias/documentos-tv/alma/> [Fecha de consulta: 29 de octubre de 2014].

Documentary Network/Observatoire du documental. AAMI. APFC. APFTQ. AQTIS. ARRQ. ASTRAL. CBC. CFTP. DGC. DOC. ONF-NFB. RIDM. SARTEC. SRC. TÉLÉ-QUÉBEC. Vidéographe (2011): *Documentary and New Digital Platforms: an ecosystem in transition*.

Domingo, Alfonso; Quiñones, Daniel; Hirota, Twiggy y Linares, Andrés.

Argonauta Producciones, Hirota Producciones y Alea Producciones

Cinematográficas. Con el apoyo de Vorácine y la Audiovisuales del 15M (2012): *Dormíamos, despertamos*. Disponible en:

http://www.filmotech.com/V2/ES/FX_FichaPelícula.asp?ID=9017

[Fecha de consulta: 12 de octubre de 2014].

Dovey, John y Rose, Mandy (2012): "We're Happy and We Know it: Documentary:Data:Montage". En *Studies in Documentary Film*, volumen 6.2, 260.

European Interactive Advertising Association (2012): *Mediascope Europe Studio*.

Film Aid, TFI New Media Fund y Ford Foundation (2013): *Dadab Stories*. Disponible en: <http://www.dadaabstories.org/> [Fecha de consulta: 10 de octubre de 2014].

Garrand, Timothy (1997): *Writing for Multimedia. Entertainment, Education, Training, Advertising and the World Wide Web*. Boston: Focal Press.

Gaudenzi, Sandra (2009): "Digital interactive documentary: from representing reality to co-creating reality" [trabajo de investigación]. London: University of Goldsmiths. Centre for Cultural Studies.

– (2012): "The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary" [tesis doctoral]. London: University of Goldsmiths. Centre for Cultural Studies.

Grierson, John (1988): *Postulados del documental*. Madrid: Cátedra.

Jenkins, Henry y Deuze, Mark (2008): "Convergence culture". En: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), pp. 5-12.

Lapierna audiovisual (2013): *100 Miradas*. Disponible en: <http://www.100miradas.org/> [Fecha de consulta: 29 de octubre de 2014].

Lietaert, Matthieu (2011): *Webdocs. A survival guide for online filmmakers*. Amsterdam: Not so crazy e IDFA Doclab.

Martínez, Francisco David y Alberich, Jordi (2013): "Plataformas y proyectos de Crowdsourcing y crowdfunding cinematográfico en España (2007-2011)". En *Historia y Comunicación Social*, número especial octubre, volumen 18, pp. 85-95. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4652314> [Fecha de consulta: 19 de junio de 2014].

Meran Barsam, Richard (1992): *Nonfiction Film: a Critical History*. Indiannapolis: Indiana University Press.

Monfort, Nick y Wardrip-Fruin, Noah (2003): *The new media reader*. Cambridge: MIT Press.

Nash, Kate (2012): "Modes of interactivity: analysing the webdoc". En *Media, Culture & Society*, 34 (2), pp. 195-210.

Nash, Kate; Hight, Craig y Summerhayes, Catherine (2014): *New Documentary Ecologies. Emerging Platforms, Practices and Discourses*. London: Palgrave Macmillan.

Nichols, Bill (2001): *Introduction to documentary*. Indianapolis: Indiana University Press.

Plantinga, Carl (1997): *Rhetoric and representation in nonfiction film*. Cambridge: Cambridge University Press.

Reno, Denis Porto (2007): "Características comunicacionais do documentarismo na Internet: estudo de caso site Porta Curtas". En *Revista digital de cinema documentário*, volumen 2. Disponible en: http://www.doc.ubi.pt/02/teses_denis_reno.pdf [Fecha de consulta: 28 de agosto de 2014].

– (2008): "A montagem audiovisual como base narrativa para o cinema documentário interativo: novos estudos". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, volumen 63, pp. 83-90. Disponible en:

http://www.revistalatinacs.org/_2008/08_Brasil/2008_Denis_Porto.html [Fecha de consulta: 28 de agosto de 2014].

Reno, Denis Porto y Renó, Luciana (2011): "Bogotá Atômica: o documentário interativo com estrutura algorítmica". En *Razón y Palabra*, volumen 76, pp. 1-13. Disponible en:

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/monotematico/12_Reno_M76.pdf
[Fecha de consulta: 26 de agosto de 2014].

Renov, Michael (1993): *Theorizing Documentary*. New York: Routledge.

Scolari, Carlos Alberto (2013): *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Scott-Stevenson, Julia. Macquarie University. Australian Red Cross (2013): Giving Time. Disponible en: <http://givingtime.org.au/> [Fecha de consulta: 26 de agosto de 2014].

Sucari, Jacobo (2009): *El documental expandido: pantalla y espacio*. [Tesis doctoral]. Departament de Disseny i imatge. Universitat de Barcelona.

Thomas, Glyn. World Development Movement (2013): Dirty Money. Disponible en: <http://www.wdm.org.uk/webdoc> [Fecha de consulta: 18 de agosto de 2014].

Torres Serrana y Balló, Tània. Intropía Media y Yo la perdono. Coproducción con RTVE (2014): *Las Sinsombrero*. Disponible en: <http://www.lassinsombrero.com/> [Fecha de consulta: 29 de agosto de 2014].